

网络直播打赏行为将迎来首部行业规范。

10月28日，21世纪经济报道记者从直播电商与短视频发展年会上获悉，在国家网信办、文化和旅游部的指导下，中国演出行业协会网络表演（直播）分会正在参与制定《主播账号分级分类管理规范》和《直播行业打赏行为管理规则》，预计年底前将出台。

21世纪经济报道独家获悉，直播行业打赏行为管理规则出台的主要目标是解决目前网络直播中存在的  
激情打赏、高额打赏和未成年人打赏  
三大问题，未来将通过行业自律的方式对上述三种打赏行为加以限制和规范。

中国互联网络信息中心发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年3月，我国网络直播用户规模达5.60亿，占全部网民的62.0%。其中用户规模量最大的直播内容包括游戏直播、体育直播、真人秀直播和演唱会直播等。

网络直播行业的一个重要收入来源是粉丝等观看者的打赏。直播平台用户通过银联、支付宝、微信等线上支付方式，在平台内充值购买虚拟货币，再在直播间用虚拟货币购买价格不等的虚拟礼物赠送给主播，主播和平台依据签订的合同协议对打赏的实际金额按比例分成。

伴随着网络直播文化的兴起，打赏主播成为了网民与主播主要的互动方式之一。数据显示，2015年我国视频直播行业付费用户仅有770万，到了2019年增长到3610万，年复合增长率达到47.2%，用户付费率也上升到9.6%。

然而，打赏行为在给平台、主播、网红经济机构带来丰厚收益的同时，也因为缺乏规范和约束，衍生出了一系列的问题，也出现了一些“9岁女童打赏主播花光家里10万彩礼”“贪污公款打赏主播”等不良现象，越来越多的法律纠纷围绕直播打赏行为产生。

今年上半年以来，国家网信办、全国“扫黄打非”办会同最高人民法院、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、市场监管总局、广电总局等八部门启动为期半年的网络直播行业专项整治和规范管理行动。

在整治过程中，监管部门发现，有的直播平台任由主播穿着暴露、言语粗俗、行为恶劣，通过“送福利”、低俗表演、下流动作等方式吸引用户进行高额打赏，甚至诱导未成年人进行充值打赏，所涉及的举报案例居高不下。

规范头部企业，形成淘汰机制

21世纪经济报道记者了解到，《直播行业打赏行为管理规则》中首先要进行规范的就是激情打赏。

中国演出行业协会网络表演（直播）分会秘书长瞿涛向介绍，所谓激情打赏就是一定时间内的不断打赏，对于这类行为平台应当在产品策略上进行调整，给用户设置冷静期。“比如你的打赏频次和金额超过设定的阈值，平台就会进行提示，建议用户冷静一下。”

另外，网络直播中的高额打赏也会受到限制。瞿涛透露，上述管理规则将会要求平台对单笔打赏的最高额度加以限制，以避免“天价打赏”的出现。

记者注意到，在一些直播平台上，不少人气主播拥有了大量拥趸，形成特定的粉丝群，存在竞争的主播之间常常通过直播连线的方式展开人气PK，一较高下，打赏金额的多少被视作主播号召力和人气高低的标准。于是在这种PK过程中，主播往往会通过各种方式吆喝和刺激网友用打赏的方式为自己“冲锋陷阵”。这种竞赛机制的引入，成为了诱发激情打赏的重要手段。

另外，有些直播间内还会将赠送礼物的粉丝进行排名，赠送高额礼物的粉丝会获得主播额外的关注和点名互动，一些网友在虚荣心和攀比心理的促使下，做出了冲动消费和大额打赏的举动，带来了不好的价值示范。

“政府来指导、协会来落实，平台来参与，我们希望通过这样一种形式来形成行业的规范。从法律上来讲，消费者与主播之间是一种服务关系，通过行业自律形成规范，这样就可以极大地减少社会争议。”

瞿涛认为，当行业里的头部企业都在遵守相同的规范进行自我约束的时候，自然也会形成一种淘汰机制，不遵守规范的企业就会被市场所淘汰。

### 通过人脸识别减少未成年人打赏

在网络直播打赏中，另一类亟需受到重视和监管就是未成年人的打赏行为。

据统计，在我国目前众多网络直播观众中，11岁至16岁的未成年人已占观众总数的十分之一。未成年人群体在观看网络直播时存在自律性差、网络成瘾性高等特点。近年来，关于一些未成年人将学费、生活费用于打赏主播，盗用家长资金账号在直播平台上“一掷千金”的新闻屡屡发生，甚至存在一些主播主动诱导未成年人打赏的现象，由此引发不少家长与直播平台之间的纠纷与争议。

21世纪经济报道记者了解到，在即将出台的直播行业打赏行为管理规则中，将要求直播平台通过人脸识别等技术手段对未成年人的打赏行为进行甄别，从而加以制止。

2020年5月，最高人民法院新出台的《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见（二）》明确，限制民事行为能力人未经其监护人同意，参与网络付费游戏或者网络直播平台“打赏”等方式支出与其年龄、智力不相适应的款项，监护人请求网络服务提供者返还该款项的，人民法院应予以支持。

记者注意到，目前不少直播平台对于未成年人的打赏返还有相应的处理措施。有行业人士向记者指出，此前在处理相关纠纷时，如何界定打赏行为是否来自于未成年人常常存在举证难度，未成年人的网络账号在进行大额支付前加入监护人的人脸识别认证的环节将起到一定的监管效果。但该人士也指出，在具体执行上，如何界定“与未成年人年龄、智力不相适应的款项”依然存在模糊地带，需要在行业协会的牵头下由平台方面共同探讨细则。

## 非电商类主播将被分类分级

除了直播行业打赏行为管理规则，中国演出行业协会网络表演（直播）分会还将制定主播账号分级分类管理规范，主要涉及非电商类的网络主播。

“我们现在分了若干个类、娱乐、户外、教育、体育、政务等等，还有小的细分类别。”瞿涛说，“分类的目的是逐步引导主播往高价值的内容转型。从政府的监管上讲，也在倡导在泛娱乐之外，开展更多丰富内涵、有价值的直播活动，比如旅游、文化、传统、艺术等。”

瞿涛还表示，在对主播进行分类之后，还将进行主播的分级。具体来说，就是把主播的账号分为若干个等级，优秀的主播要给予流量等各方面资源的倾斜，对于不断降级的主播要予以限流、限制打赏的措施，再进一步就是列入行业的灰名单以及黑名单之中。

更多内容请下载21财经APP